

## TINTORERÍA

### Respeto de los plazos de entrega y fidelización de los clientes, claves del negocio

#### 1. El negocio

Una tintorería es un establecimiento especializado en el cuidado y mantenimiento de prendas textiles. La actividad que desarrolla este negocio es la prestación de servicios de limpieza, planchado y mantenimiento de prendas de todo tipo susceptibles de ser limpiadas en seco o en húmedo. En su origen, las tintorerías se encargaban también de teñir prendas de ropa (de ahí se deriva su nombre). El objetivo principal de una tintorería es restaurar prendas de vestir a un estado similar al que tenían cuando eran nuevas, siguiendo un metódico proceso de selección por colores y tejidos, tras lo cual se llevar a cabo tareas como el predesmanchado, la limpieza en máquina, el postdesmanchado, los aprestos, la aplicación de suavizantes y desodorantes, el planchado, etc.

Se trata de un sector muy atomizado, compuesto en gran parte por PYMES o autónomos, que ha crecido bastante en las últimas décadas, provocando la llegada de cadenas de limpieza que, a través la fórmula de franquicia, han logrado alcanzar significativas cuotas de mercado, con el consiguiente endurecimiento en la competencia vía precios. El saber adaptarse a la evolución del mercado es clave en la supervivencia de un negocio que presenta una serie de oportunidades que se pueden aprovechar si se conoce bien el negocio (p.e. por haber trabajado antes en una tintorería) y se sabe atender de forma adecuada a los clientes.

Los clientes potenciales de una tintorería serán todas las personas que residan o transiten habitualmente por la zona de influencia del local y que demanden algún cuidado o mantenimiento de sus prendas de vestir, cortinas, edredones, alfombras y cualquier otro componente cuyo tejido requiera un trato especial que garantice su máxima duración. Así, se puede considerar público objetivo el compuesto por los residentes en los hogares próximos a la ubicación del local, las personas que transitan habitualmente por la zona, las empresas que suelen requerir servicios de limpieza de material textil (restaurantes, hostelería, empresas que usan uniformes...), etc. Dentro de las pautas de actuación recomendables a seguir por este tipo de negocio destacan la adaptación de la oferta a las demandas de los clientes, la rapidez en el servicio y el respeto de los plazos de entrega, la formación del personal para asesorar a los clientes, el respeto de la actividad hacia el medio ambiente, el uso eficaz de las acciones de marketing (promociones, descuentos, limpieza 2x1, etc.), el conocimiento de todo tipo de productos para la limpieza y mantenimiento de las prendas, el ofrecimiento de amplias franjas horarias de entrega y recogida de ropa, una adecuada relación calidad-precio, etc. Es esencial ofrecer un buen servicio que fidelice a los clientes, ya que el boca a boca de las personas satisfechas por el servicio y el trato recibido, es, en muchas ocasiones, la mejor forma de captar clientela.

#### 2. El local

La decisión de comprar o alquilar el local para una tintorería es de gran trascendencia. En caso de adquirir el local, la inversión se elevaría de forma considerable. La mayor parte de los asesores recomienda en principio el alquiler para evitar problemas de tesorería.



La ubicación del local es fundamental dependiendo de ella el volumen de ventas en gran medida. Por ello, esta debe situarse en una zona residencial donde no exista competencia cercana o en lugares de gran tránsito, como centros comerciales y sus inmediaciones o calles comerciales o peatonales. La superficie mínima recomendada para este negocio es de unos 70 m<sup>2</sup> que incluirán zonas de atención al público y de trabajo, un almacén y un aseo. El acondicionamiento del local, tanto el externo (escaparate, rótulos, cierres, etc.) como el interno (instalación eléctrica para la maquinaria y para la iluminación, refuerzo de suelo para el anclaje de las máquinas, instalación de aire comprimido, fontanería, etc.) se puede hacer desde 18.000 €, cifra que puede reducirse si en el local ya se ha desarrollado esta actividad o una similar. El local debe reunir las condiciones higiénicas, acústicas, de habitabilidad y de seguridad exigidas por la legislación vigente.

#### 3. Equipamiento y plantilla

La inversión en equipamiento que incluirá decoración, asientos, mostrador, estanterías y barras para el almacenamiento de ropa, mobiliario, maquinaria de limpieza, desmanchadora, lavadora, secadora, mesa de planchar, equipo informático, embolsadora mural, etc., supondrá unos 50.000 €. Constituir un stock inicial del material consumible propio de la actividad rondará los 2.000 €. Además, será necesario contar con la suficiente liquidez que permita afrontar los gastos que surjan, sobre todo al comienzo del negocio.

Los trabajadores de una tintorería deben ser expertos en lo referente al conocimiento de la actividad (ya sea por formación o por experiencia previa) y conocer las prácticas comerciales habituales, de manera que sean capaces de asesorar a los clientes en la prestación del servicio. Una tintorería puede ser atendida por dos personas, que se ha de encargar de las tareas de atención al público, desmanchado, lavado y planchado, junto con las propias de la gestión empresarial. De todos modos, el número de trabajadores variará en función del tamaño, de las horas de apertura y de la marcha del negocio. La gestión administrativa se suele subcontratar ya que resulta más barato.

## 4. La competencia

La composición de la competencia de una tintorería está formada por el conjunto de todas aquellas empresas que ofrezcan servicios de limpieza de prendas que se encuentren en la misma área de influencia (ya sean tintorerías independientes o establecimientos que operan bajo la forma de franquicia). Aún siendo un mercado consolidado, los expertos auguran un buen futuro para el sector, si se apuesta por la fidelización de los clientes, a través de una adecuada atención y una buena relación calidad-precio.

La estrategia más habitual por la que se suele apostar para competir es la diferenciación a través de la apuesta por la calidad, una atención personalizada, servicio de recogida y entrega a domicilio, etc. Un buen objetivo de la empresa debe ser conseguir convertirse en un referente en la zona de influencia en la prestación de este tipo de servicios, lo cual aumentará las posibilidades de éxito.

Otra alternativa es optar por la especialización, en función del tipo de clientes al que se dirige el negocio (particulares, empresas de hostelería, residencias, colegios, etc.) o de las líneas de negocio que se ofrezcan (limpieza en seco, limpieza en húmedo, etc.).

Finalmente, también se puede optar por una estrategia basada en los precios, ofreciendo servicios de calidad acordes con el gusto de los clientes a precios competitivos y teniendo en consideración los precios de la competencia.

## 5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (ofrecer el servicio con mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, etc.). La estrategia competitiva consiste en el modo en que la empresa obtiene una ventaja. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** La tintorería tiene unos costes menores que sus competidores, por lo que puede ofrecer unos precios más baratos.
- **Diferenciación.** La tintorería oferta un servicio que se diferencia de algún modo de los de la competencia (calidad, atención personalizada al cliente, recogida a domicilio, etc.).
- **Especialización o segmentación.** Consiste en centrarse en una o varias líneas de negocio (limpieza en seco, limpieza en húmedo, etc.) o en un nicho de mercado (público de bajo poder adquisitivo, tintorería de calidad, empresas de hostelería, residencias, colegios, etc.), de modo que la tintorería puede atender al conjunto de potenciales clientes más eficientemente.

## FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Establecimiento cuya actividad es la limpieza, planchado y mantenimiento de prendas de todo tipo.
- **Sector:** Servicios.
- **Requisitos administrativos generales:** Declaración censal de alta en obligaciones fiscales (IAE, IVA, IRPF...), de Seguridad Social y laborales. Licencias municipales (ambiental, obras y comunicación de inicio de actividad).
- **Inversión:** A partir de 72.000 euros se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y el stock inicial.
- **Personal mínimo:** El número de personal mínimo para una tintorería de calzado será de dos personas, variando en función del tamaño, las horas de apertura y marcha del negocio.
- **Formación requerida:** Conocimiento experto de la actividad y sobre técnicas de atención al cliente.
- **Superficie:** Se puede montar un tintorería en locales desde 70 m<sup>2</sup>.

## TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. **Los generales para todas las empresas de nueva creación.** Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. **Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.**
3. **Evaluación de Riesgos Laborales (si se contratan trabajadores por cuenta ajena)**
4. **Cumplimiento de la L.O.P.D. (protección de datos), si se manejan datos personales.**
5. **Obtención de Licencia Ambiental en el Ayuntamiento.**
6. **Inscripción en el Registro de Pequeños Productores de Residuos Peligrosos en la Consejería de Medio Ambiente de la Comunidad Autónoma (se utilizan disolventes en la actividad) y contrato con una empresa autorizada para la retirada de residuos peligrosos.**